

журнал
для разработчиков, производителей и продавцов
товаров для детей

№1
2024

ПЛАНЕТА Demcibo



INTEX®

www.intex.ru

ПЛАНЕТА Детство

Журнал "Планета Детство"
полноцветное информационно-рекламное издание
для производителей и продавцов товаров для детей

- * Рубрики журнала охватывают широкий круг вопросов в области производства, продажи и потребления товаров для детей
- * Целевая реклама
- * Рассылка по предприятиям-изготовителям и оптовым торговым организациям России и стран СНГ
- * Редакционная подписка
- * Электронная версия журнала на сайте www.planetadetstvo.ru



Россия, 127521, Москва, Старомарьинское шоссе, 6
Тел.: +7-910-438-7904
E-mail: planeta@planetadetstvo.ru

www.planetadetstvo.ru

Журнал "Планета Детство"

Издание зарегистрировано
в Государственном комитете
Российской Федерации по печати
свидетельство №018234
от 29 октября 1998 г.

Главный редактор
Елена Кузнецова

Директор рекламного отдела
Алёна Антипова

Редактор
Екатерина Архипова

Художественный редактор
Андрей Кузнецов

Адрес редакции:
127521, Москва,
Старомарьинское шоссе, 6

Тел.: +7-910-438-79-04

E-mail: planeta@planetadetstvo.ru

www.planetadetstvo.ru

При любой форме перепечатки
или воспроизведения материалов
ссылка на журнал обязательна

За содержание рекламы
редакция ответственности не несёт

25 лет
1999-2024

№1 весна 2024

В номере:

«Мир детства-2023»	стр. 2, 4-5
Эксперты о развитии рынка детских товаров: цифры, факты, прогнозы	стр. 6-8
Ярмарка игрушек превратила Джавитс-центр в огромную игровую площадку	стр. 10-13
Художник, создающий игровые миры	стр. 18-19

12 +
реклама
в также:

«Бауер»: INTEX	1 стр. обложки
«Журнал «Планета Детство»: «Планета Детство»	2 стр. обложки
БимБиМон: интерактивные книги для детей	стр. 3
«Санаксар»: разработка и производство настольных игр	стр. 7
«Крокус Экспо»: выставка «Kids Russia-2025»	стр. 9
«Экспоцентр»: выставка «Игрушка Маркет-2024»	стр. 20
«Экспоцентр»: выставка «Мир детства-2024»	3 стр. обложки
«Mozabrick»: фото-конструктор	4 стр. обложки

Каталог «Игры, игрушки, товары для детей. Весна 2024»

РАЗВИВАЮЩИЕ ИГРЫ И КОНСТРУКТОРЫ	стр. 14
РАЗВИВАЮЩИЕ КНИГИ	стр. 17
Для САМЫХ МАЛЕНЬКИХ	стр. 17

«Мир детства-2023»

С 26 по 29 сентября 2023 года в Москве в ЦВК «Экспоцентр» как всегда с успехом прошли международные выставки индустрии детских товаров – «Мир детства-2023» и «CJF – Детская мода-2023. Осень».

Выставка «Мир детства», состоявшаяся в 28-й раз, объединила на площадке ЦВК «Экспоцентр» ведущих производителей и поставщиков детских товаров, дистрибьюторов, представителей оптово-розничной торговли, маркетплейсов, лицензиаров, лицензиатов, руководителей профильных ассоциаций и других заинтересованных лиц.



В официальном открытии выставок приняли участие председатель Комитета Совета Федерации Федерального Собрания РФ по науке, образованию и культуре **Лилия Гумерова**, первый заместитель председателя Комитета Государственной Думы Федерального Собрания РФ по вопросам семьи, женщин и детей **Татьяна Буцакая**, вице-президент Торгово-промышленной палаты РФ **Вадим Чубаров**, помощник заместителя председателя Правительства РФ – министра промышленности и торговли РФ **Денис Мантуров**, **Алексей Медников**, президент Ассоциации предприятий индустрии детских товаров **Антонина Цицулина**, генеральный директор АО «Экспоцентр» **Алексей Вялкин**.

Генеральный директор АО «Экспоцентр» **Алексей Вялкин**:
– Наши выставки детского блока в этом году выросли примерно на 20% – по площади и по участникам. Из 800 компаний, участвующих в наших проектах, более 500 – российские. И это тоже вполне соответствует общему тренду: за счет ухода ряда иностранных компаний ниши освобождаются, и российские компании активно наращивают свое присутствие в различных сегментах детских товаров. Лидеры рынка расширяют ассортимент, запускают новинки и собственные торговые марки.

Экспозиция «Мир детства-2023» собрала 568 компаний из 9 стран: Италии, Казахстана, Китая, Республики Беларусь, России, Сербии, Таиланда, Турции, Узбекистана. Национальную экспозицию представили компании из Китая.

Благодаря субсидированию и софинансированию участия региональными властями на выставке «Мир детства-2023» приняли участие компании из Архангельской, Белгородской, Владимирской, Кировской, Костромской, Московской, Рязанской, Самарской, Саратовской, Смоленской, Тамбовской, Тверской, Томской, Ульяновской областей, Чувашской Республики.

330 российских компаний приняли участие в выставке: «Алиса МТК», «Бэйби Опт Групп», ТД «Гамма», «Звезда», «Инвентив Тойз», «Русский стиль», «Гала-Центр», «Комус», «Коник», ПК химический завод «Луч», «Люкс Мама», «Мир Хобби», Merlion, «Офис Премьер», «Полиграф Принт», ИД «Проф-Пресс», «Рокет Кидс», «Рокси», «Росмэн», «ТД «Сима-Ленд», «Симба Тойз Рус», «Симбат», «Степ Пазл», «СТС Медиа»,



«Компания ТНГ», ТК «Урал Тойз», «Фабрика Облаков», «Феникс +», «Финсиб», «Хатбер-М», «Эксмо», ТД «Эдельвейс», МСК «Юнитойс» и многие другие.

На площади **14 267 м²** лучшие российские и зарубежные бренды товаров для детей представили всё многообразие индустрии детских товаров: игрушки, товары для новорожденных и будущих мам, развивающие игры, товары для творчества и школы, хобби, спортивные товары, книги, товары для новорожденных, одежду, обувь, аксессуары для детей.



«Мир детства-2023» собрала самых крупных производителей и дистрибьюторов.

Выставки посетили более **14 900 специалистов**. Какие же цели ставили они перед собой? Что хотели увидеть и на что, в первую очередь, обращали внимание?

Конечно, многие приехали для встреч со своими постоянными партнерами, ведь увидеть продукцию «вживую», «пощупать» и лично обсудить все вопросы с поставщиком – это самая важная цель. И на самой масштабной выставке в нашей стране были представлены все крупнейшие производители и дистрибьюторы отрасли, демонстрировавшие свой основной ассортимент и новую продукцию.



Бимбим

Интерактивные
книги
для детей

от 0 до 12 лет!



**ЧИТАЙ!
ИГРАЙ!
ИЗУЧАЙ!**

Подвижные
элементы
Окошки
Поп-ап

Редакция:
+7 950 866-68-34
ivanova-iz-rostova@yandex.ru

Отдел продаж:
+7 961 274-11-22
+7 961 297-13-59
+7 928 767-11-07
sale@arkol.ru

Мы ВКонтакте



Развивающие
мультфильмы





Несомненно, посетители обходят и самые маленькие стенды в поисках горячих новинок. И именно у стендов небольших компаний-производителей зачастую собирается большое количество заинтересованных покупателей.

На что же еще падает взгляд посетителей? На необычно оформленные великолепные стенды или же шоу, которые устраивают на стендах участники? Посмотрите, разве можно пройти мимо этой красоты! На любой вкус!



Выставка «Мир детства» замечательна еще и тем, что в ее рамках проходит насыщенная деловая программа, привлекающая большое количество профессиональных посетителей.

В рамках объединенной деловой программы выставок «Мир детства-2023» и «СДЖ – Детская мода-2023. Осень» прошло более 50 крупных мероприятий, охвативших весь спектр актуальных отраслевых тематик.

Важным событием деловой программы 26 сентября стал региональный этап XIV Конгресса индустрии детских товаров, организованный Ассоциацией предприятий индустрии детских товаров (АИДТ) при поддержке Совета Федерации ФС РФ, Минпромторга России, Минпросвещения России, Агентства стратегических инициатив и АО «Экспоцентр».

Деловую программу Конгресса открыла пленарная дискуссия «Диалог о будущем: от адаптации к росту индустрии для детства». Речь шла о роли детских товаров в воспитании детей, включая книгоиздание, детский кинематограф и анимацию.

Председатель Комитета Совета Федерации по науке, образованию и культуре **Лилия Гумерова** отметила: «Сегодня стоят задачи и есть поручения самого высокого уровня, чтобы героями наших игрушек, анимационных фильмов, изображений на одежде были наши отечественные герои, наши отечественные бренды, изделия народных художественных промыслов. Мы должны разобраться, как сделать так, чтобы те, кто производит качественную продукцию, игрушки, фильмы, мультипликационные фильмы для детей, не испытывали искусственных барьеров, ненужных административных препятствий».

Модератором сессии выступила президент АИДТ **Антонина Цицулина**. Она, в частности, сказала: «Наша задача – помочь творцам в реализации того, что касается нашей темы – сферы детства».

С докладами также выступили заместитель Министра промышленности, торговли и предпринимательства Нижегородской области **Владимир Балакин**, директор центра креативной экономики Агентства стратегических инициатив **Екатерина Черкес-Заде**, руководитель АО «Издательский дом «Лев» **Олег Вишняков**, один из основателей и председатель совета директоров группы компаний «Рики», соавтор идеи сериала «Смешарики» **Илья Попов**...

Рабочая группа ФТС провела выездное заседание, посвященное злободневной проблеме – провозу через таможенную границу контрафактной продукции для последующей продажи на территории РФ. В фокусе внимания экспертов – товары, предназначенные для детей.

27 сентября в рамках регионального этапа Конгресса ИДТ производители игр и игрушек, представители Минпромторга России, Центра развития перспективных



технологий (ЦРПТ), профильные эксперты обсудили вопросы и вызовы, связанные с проведением эксперимента по добровольной маркировке детских товаров. Организатором мероприятия выступила Ассоциация предприятий индустрии детских товаров (АИДТ) при поддержке Совета Федерации и Минпромторга России.

Участники дискуссии обсудили категории продукции, предварительно включенные в пилотный проект, технологические процессы работы с системой маркировки, меры государственной поддержки, необходимые отрасли детских игрушек.

Региональный этап Конгресса ИДТ стал главной площадкой для дискуссии профессионалов по вопросам стратегии развития индустрии детских товаров, выработке системных решений, способствующих повышению конкурентоспо-

собности российской промышленности, работающей в интересах детства.

О главных трендах и инновациях рынка детских товаров шла речь на VI Всероссийской конференции «Формула успеха детского магазина», организованной АО «Экспоцентр» и КВК «Империя Форум». Признанные эксперты рынка обсудили свыше 20 тем, актуальных вопросов и «слагаемых» формулы успеха детского магазина в 2023–2024 годах.

В рамках деловой программы выставок состоялись прямые переговоры о поставках детских товаров - **Центр Закупки Сетей™**. Участие в этих встречах приняли представители 80 сетей (Кораблик, Ашан, Familia, ВотОня, Детский Мир, WildBerries, Верный, X5 Retail, Винни, Бубль Гум) и более 130 поставщиков. На площадке было проведено 1930 переговоров, из которых признано положительными 81,5%.

На площадке **Центра Розничных Сетей™** для посетителей и участников выставок были созданы комфортные условия для пребывания на выставке: «зеленый коридор», отдельная регистрация и гардероб, бизнес-центр для индивидуальной работы и деловых переговоров, зона отдыха и питания, насыщенная деловая программа с выступлениями главных экспертов рынка детских товаров.

Слушатели **VI Бизнес-форума «Рынок лицензионных детских товаров»**, организованного АО «Экспоцентр» и КВК «Империя Форум», узнали о ТОП-10 российских персонажей, которые выведут товар в лидеры продаж в 2024 году, получили инсайды прибыльных лицензионных коллабораций с правообладателями. В рамках бизнес-форума прошли консультации с ведущими



агентствами и компаниями («СТС-Медиа», «Мельница», «О+медиа», «ЯРКО», «СОЮЗМУЛЬТФИЛЬМ» и др.).

В рамках деловой программы международных выставок «Мир детства» и «СДЖ – Детская мода» в рамках проекта «ЭКСПО-Академия» состоялся **II Форум «Комплексный интернет-маркетинг для детской индустрии»**, организованный АО «Экспоцентр» при поддержке digital-агентства OLYMPX. Эксперты обсудили вопросы успешного использования в современном бизнесе интернет маркетинга и ответили на актуальные вопросы маркировки интернет рекламы. Модератором выступила **Анна Иллиниченко**, управляющий партнер, директор Департамента интернет-рекламы digital-агентства OLYMPX.

27 сентября впервые в рамках деловой программы выставок прошел форум «Мультимедийные цифровые технологии в управлении, лицензировании и монетизации брендов: опыт лидеров рынка индустрии детских товаров», организованный АО «Экспоцентр» при поддержке ООО «Студия Ред Карпет».

Модератором форума выступила **Наталья Иванова-Достоевская**, заместитель директора Высшей школы креативных индустрий РЭУ Г.В. Плеханова, продюсер кино и анимации, руководитель анимационного департамента студии Ред Карпет.

Известные спикеры обсудили вопросы успешного использования в современном бизнесе технологий искусственного интеллекта и привели конкретные примеры эффективных кейсов.

Представители анимационных студий говорили о применении искусственного интеллекта в бизнесе, корпоративном обучении по внедрению chatGPT в бизнес, использовании нейросетей для оптимизации бизнес-процессов, в продажах и логистике.

На семинаре «Новая логистика-2023» речь шла о том, почему не стоит прекращать заниматься внешнеэкономической деятельностью, что делать, если привычный логистический маршрут более не работает и где искать новых поставщиков, которые имеют опыт взаимодействия с Россией.

27 сентября Академия «РОСТЕСТ» провела **практическую сессию «Оптимальные решения для подтверждения безопасности детской продукции: как стать надежным поставщиком»**. Спикеры Академии РОСТЕСТ дали практические рекомендации на темы: как зайти в ритейл и как не потеряться в «лабиринте» требований к детской продукции.

В рамках выставки прошел форум «Успешный старт в сегменте e-commerce в 2023 году: тренды, возможности и эффективные инструменты для масштабирования бизнеса в индустрии детских товаров», организованный АО «Экспоцентр» совместно с операционным партнером крупнейших российских и зарубежных маркетплейсов XWAY. Модератором программы Форума выступил эксперт в области ритейла и электронной коммерции, CEO компании XWAY **Антон Ларин**.

Ведущие игроки индустрии детских товаров напрямую пообщались с представителями маркетплейсов и опытными селлерами-практиками, которые не один год успешно развивают свой бизнес в сегменте e-commerce, услышали их практические советы по выводу своей продукции в ТОПы и кратному увеличению продаж.

В дни работы выставки «Мир детства - 2023» в партнерстве с АО «Европа Уно Трейд» состоялся **XXIII Московский Международный Фестиваль воздушных шаров**, включавший Открытый Чемпионат России по профессиональному аэродизайну, конференцию и обучающие семинары.

Темой фестиваля стали «Легенды Мира». Лучшие команды художников-оформителей из разных регионов России и мира продемонстрировали искусство создания воздушных композиций, фигур, букетов, костюмов и многого другого.

Команды сражались в семи конкурсных номинациях. Параллельно с конкурсной программой на фестивале проходили семинары звезд мирового аэродизайна. Мастера делились своим опытом и профессиональными секретами с начинающими и опытными оформителями.

«Мир детства» - это всегда дни, наполненные огромным количеством полезной профессиональной информации, интересными встречами, потрясающими впечатлениями, и, конечно же, зарядом положительного настроения, полученным от этого праздника. С нетерпением ждем новых встреч на 29-ой международной выставке «Мир детства-2024», которая состоится с 24 по 27 сентября 2024 года в ЦВК «Экспоцентр».

Елена Кузнецова

Эксперты о развитии рынка детских товаров: цифры, факты, прогнозы

27 сентября в рамках Международной выставки «Мир детства» состоялся 24-й Всероссийский Торговый Форум «Поставщик детских товаров», организаторами которого выступили АО «Экспоцентр» и КВК «Империя Форум». В рамках программы Форума выступили более 10 спикеров. Эксперты поделились экспертизой, привели цифры и факты, а также дали прогнозы потребления детских товаров и развития рынка детских товаров на 2024 год, а также обозначили способы увеличения продаж на маркетплейсах и интернет-магазинах.



На первой сессии спикеры рассказали об изменениях рынка и потребительского поведения.

Перед собравшимися выступили Дмитрий Батюшков (директор по продуктам на данных «Платформа ОФД»), Елена Шишова (владелец продукта «Количественные и Качественные исследования» СберАналитика) и другие эксперты рынка.

Наталья Кузнецова (директор направления маркетинговых исследований аналитического центра НАФИ), рассказала о каналах продаж в у-сотемерсе и представила аналитические данные по наиболее эффективным инструментам для продвижения бренда в детской категории.



В исследовании участвовали 1 600 россиян в возрасте 18 лет и старше. Опрос охватил все регионы РФ. Темы для исследования были выбраны следующие:

- вовлечение в покупки товаров для детей;
- каналы покупки;
- восприятие онлайн-форматов;
- инструменты рекламного продвижения.

Двое из пяти россиян покупали детские товары в последние три месяца.

В среднем каждый респондент покупал детские товары в двух типах торговых точек.

- маркетплейсы (67%);
- детские магазины, доступные физически (50%);
- детские отделы супермаркетов, гипермаркетов (39%);
- интернет-магазины продуктов и товаров повседневного спроса (20%);
- специализированные интернет-магазины детских товаров с отдельным сайтом (13%).

Маркетплейсы значительно лидируют среди предпочитаемых форматов ритейла. 60% опрошенных заявили, что не сталкивались с проблемами при покупке детских товаров на маркетплейсах, тем не менее, замечания к их работе выявлены следующие:

- доставка осуществлялась дольше обещанного (24%);
 - был получен поврежденный или бракованный товар (13%);
 - был получен товар, не соответствующий описанию (11%);
 - плохая работа службы поддержки (9%);
 - сложно вернуть товар (8%);
 - путаница с заказами, ошибки в оформлении заказов (8%).
- 20% покупателей детских товаров не совершают покупки онлайн по следующим причинам:

- сложно оценить товары по картинке и описанию;
- проще купить в ближайших магазинах;
- невозможно померить, сорентироваться по размеру;
- ребенок выбирает товар сам;
- неудобная система доставки;
- не хочется ждать доставку.



ТОП-4 востребованных товаров, которые покупают онлайн		
	Покупали офлайн	Покупали онлайн
Игрушки	55%	34%
«Бумажные» книги, настольные игры, карты, плакаты и т.п.	40%	27%
Детская одежда	68%	24%
Товары для творчества и хобби, в т.ч. муз. инструменты	42%	21%
Детская обувь	64%	18%
Гигиена и косметика для детей	64%	18%

Наиболее востребованные товары при покупках онлайн: игрушки; книги, настольные игры, карты, плакаты; детская одежда; товары для творчества и хобби, в т.ч. муз. инструменты.

Наименее востребованные товары в сегменте онлайн-покупки		
	Покупали офлайн	Покупали онлайн
Канцелярия и товары для школы	59%	16%
Компьютерная техника и электроника	14%	16%
Товары для кормления	37%	15%
Товары для спорта, туризма, игр на улице	42%	15%
Детская мебель и предметы интерьера	16%	9%
Коляски, детские кресла, рюкзаки и переноски	20%	7%
Детское питание	33%	4%

Наименее востребованными товарами при покупках онлайн оказались: детское питание; коляски, детские кресла, рюкзаки и переноски; детская мебель и предметы интерьера.

Исследования показывают, что для положительного восприятия маркетплейсов необходимы удобная и экономичная доставка, удобно расположенные пункты выдачи, и чтобы все нужные товары можно было выбрать в одном месте.

Проблемные зоны маркетплейсов — это:

- товары низкого качества;
- не ценят покупателей;
- нельзя доверять продавцу;
- небрежная доставка с потерей и порчей товара.

Преимущества детских интернет-магазинов с отдельным сайтом в восприятии их пользователей являются:

- товары высокого качества;
- можно доверять продавцу;
- дорожат своими покупателями;
- бережная доставка без потерь и порчи товара;
- выгодно быть постоянным клиентом;
- привлекательные скидки и бонусы;
- отсутствие подделок.

Однако у **детских интернет-магазинов тоже есть свои проблемные зоны:**

- пункты выдачи неудобно расположены;
- ограниченный ассортимент;
- неэкономичная доставка;
- неудобная доставка.

Реклама в мобильных приложениях детских магазинов, поисковая выдача, статьи-обзоры — наиболее эффективные инструменты рекламного продвижения		
Спецпредложения в моб. приложениях детских магазинов		44%
Поисковая выдача в ответ на запросы		24%
Статьи-обзоры с рекомендациями товаров		23%
Реклама на сайтах, посвященных детям и воспитанию		13%
Реклама в социальных сетях		11%
Реклама и баннеры на сайтах интернет-магазинов		10%
Не обращаю внимание на рекламу		28%

При выборе детских товаров чаще всего респонденты обращали внимание на рекламу в мобильных приложениях детских магазинов, но поисковая выдача и статьи-обзоры были также отмечены, как эффективные инструменты рекламного продвижения.

ПАРУС. МОРЕ И МЕЧТА...

ЛАБОРАТОРИЯ НАСТОЛЬНЫХ ИГР

«САНАКСАР»

НАСТОЛЬНАЯ ИГРА

ЯКОРЬ ПОВСЬ...!

НАСТОЛЬНАЯ ИГРА

ЗЮЙД ВЕСТ

РАЗРАБОТКА И ПРОИЗВОДСТВО РОССИЙСКИХ НАСТОЛЬНЫХ ИГР

НАСТОЛЬНАЯ ИГРА

АДМИРАЛ Ф.Ф. УШАКОВ ЭПОХА ПАРУСНИКОВ

НАСТОЛЬНАЯ ИГРА

ЗЮЙД ВЕСТ 2 «МОРСКОЙ УДАР»

ИСТОРИЯ. ТАКТИКА. МОРСКИЕ БАТАЛИИ И АБОРДАЖ...

ИП Иванов А. М.

Лаборатория настольных игр «Санаксар»,

тел. +7 986 941 36 70

sanaksar.nastolka@yandex.ru

vk.com/id715302743

Деловая программа Центра Розничных Сетей, который также состоялся в рамках Международной выставки «Мир детства - 2023» и был организован АО «Экспоцентр» и КВК «Империя Форум», была ориентирована на руководителей, закупщиков и маркетологов розничных компаний.

Главные эксперты рынка представили участникам аналитические данные о трансформации рынка детского ритейла, изменениях потребительского поведения, а также факторах сохранения и увеличения прибыли в период экономической нестабильности. Всего в деловой программе выступило 20 экспертов рынка.

Одним из спикеров была **Алина Лант** - руководитель группы «Отдел регулярных и синдикативных исследований» аналитического агентства Ipsos, которая поделилась со слушателями результатами исследований рынка детских товаров.

В последнее время можно говорить об изменении покупательского поведения россиян. Тренд на экономию влияет на стратегию шопинга. Растет популярность форматов магазинов с более дешевыми товарами. Важность стоимости растет при выборе товаров (особенно среди населения в возрасте 44+). Покупатели менее склонны приобретать дорогие, качественные вещи (тренд особенно заметен среди миллениалов и людей старшего поколения).

Растет популярность магазинов с более доступными ценами (среди всех поколений).

ИЗМЕНЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ РОССИЯН

62% россиян считают, что российские и азиатские бренды смогут успешно заменить ушедшие из России европейские и американские бренды. 54% россиян предпочитают покупать отечественные продукты питания, при этом треть россиян тратит почти все свои деньги на продовольственные товары.

Я поступаю по принципу: мы не такие богатые, чтобы покупать дешевые вещи, %

Период	Я предпочитаю покупать отечественные товары	Качество российских товаров ниже, чем импортных	Я чаще покупаю импортные товары
2022 Q1	46	35	33
2022 Q2	47	32	30
2022 Q3	47	32	29
2022 Q4	46	31	28
2023 Q1	50	29	24
2023 Q2	49	28	24

Внедрение современных технологий в покупках становится привычным, но продавцам нужно работать над клиентоориентированностью.

Растет позитивное отношение к использованию чатботов и автоматизированных систем запросов. Доля тех, кто считает чатботы удобными, выросла с 24% в 2022 году до 27% в 2023 году. Особенно большой рост среди миллениалов (с 26% в 2022 году до 30% в 2023 году).

Россияне открыты автоматизации покупок без контакта с персоналом. 38% имели опыт использования касс самообслуживания (+11% с 2021 года). Еще четверть опрошенных готовы начать использовать кассы самообслуживания. Но они требуют дополнительной работы над удобством для клиентов.

6 №1 2024 Декабрь

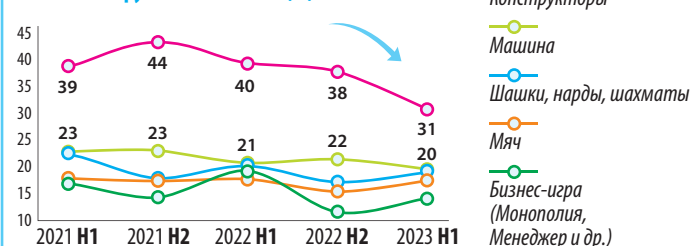
аналитика

Декабрь 2024 №1 7

ПОПУЛЯРНЫЕ КАТЕГОРИИ ДЕТСКИХ ИГРУШЕК У МАЛЬЧИКОВ

Каждый третий мальчик 4-15 лет больше всего любит конструкторы, но этот показатель значительно снизился за последние несколько лет. На втором месте по популярности – машинки, их отметили 20% опрошенных мальчиков.

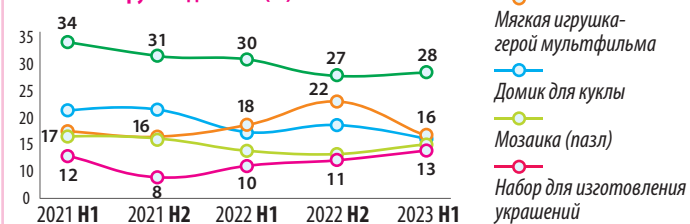
Любимые игрушки мальчиков (%)



ПОПУЛЯРНЫЕ КАТЕГОРИИ ДЕТСКИХ ИГРУШЕК У ДЕВОЧЕК

У девочек 4-15 лет наиболее популярной игрушкой остаются куклы-модели, в числе любимых их назвали 28% опрошенных девочек. В 2022 году активно набирали популярность мягкие игрушки – герои мультфильмов, однако в начале 2023 года доля детей, считающих их любимыми, существенно снизилась. Наблюдается рост интереса к наборам для изготовления украшений.

Любимые игрушки девочек (%)



Lego – абсолютный лидер среди марок детских игрушек. Сильно уступая лидеру, высокие показатели по признанию у Barbie и Монополии.

КАКИЕ ИГРУШКИ ПОКУПАЛИ ЗА 3 МЕСЯЦА: ТОП-10

Развивающие игрушки пользуются самым высоким спросом, особенно среди мам детей 4-6 лет. В первой половине 2023 года родители чаще всего приобретали детям мозаику, пазлы, головоломки, а также наборы для лепки и пластилин. Мягкие игрушки – на 4-ом месте по популярности.

Покупки игрушек за 3 мес., ТОП-10, %	Totals	4-6 лет	7-9 лет	10-12 лет	13-15 лет
Мозаика, пазл, головоломка	26				
Набор для лепки	23				
Пластилин	19				
Мягкая игрушка	17				
Другие наборы для творчества	15				
Конструкторы	15				
Набор для изготовления украшений	14				
Классическая настольная игра российского производства	13				
Куклы-модели (Барби, Винкс и др.)	13				
Шашки, шахматы, нарды	11				

Значение больше выборки в целом Значение меньше выборки в целом

КАКИЕ ЛИЦЕНЗИОННЫЕ ТОВАРЫ ПОКУПАЛИ ЗА 6 МЕСЯЦЕВ

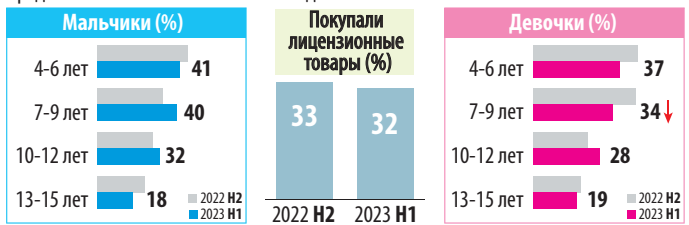
58% мам, покупающих лицензионную продукцию, приобретают детскую одежду с изображением героев и персонажей, причем доля покупателей несколько выросла за последние полгода. Каждая вторая мама выбирает лицензионные детские игры и игрушки, особенно характерно для мам детей 7-9 лет. Снижается доля покупателей лицензионных продуктов питания и напитков, преимущественно сладостей.

Виды лицензионных товаров, ТОП-10, %



ПОКУПАЛИ ЛИЦЕНЗИОННЫЕ ТОВАРЫ ЗА 6 МЕСЯЦЕВ

Каждая третья мама покупает лицензионные товары для своего ребенка хотя бы раз за 6 месяцев. Покупка лицензионных товаров особенно характерна для мам детей 4-9 лет. За последние полгода доля покупателей лицензионной продукции выросла среди мам мальчиков 7-12 лет и мам девочек 10-12 лет.



Более половины детей от 4 до 15 лет хотят иметь товары с персонажами, так как им нравится герой. Это особенно характерно для детей 4-9 лет. Каждый четвертый ребенок мечтает о товаре с героем, т.к. видел фильм/мультфильм с ним, в большей степени это свойственно детям 4-6 лет.

ЧТО ВАЖНО ПРИ ВЫБОРЕ ИГРУШЕК

57% мам приобретают игрушки, потому что они нравятся ребенку. 56% совершают выбор, исходя из соображений безопасности игрушек для детей. За последние полгода значительно выросла доля мам, которые ценят в игрушках их развивающие функции. Все больше родителей ориентируются на цену.

Факторы выбора игрушек, ТОП-10, %



ОНЛАЙН-ПОКУПКИ И ОНЛАЙН-ПРОДАЖИ

Детские товары занимают 8-ое место по доле покупателей среди всех онлайн-заказов и 2-ое место среди онлайн-продаж (каждый четвертый россиянин, осуществляющий продажу через интернет, продает именно детские товары).

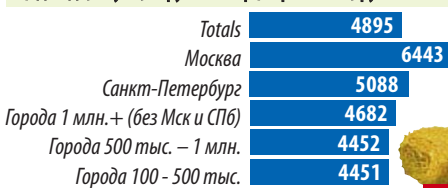
Покупали через интернет, ТОП-10%	Продавали через интернет, %
Одежда, обувь, аксессуары	Личные вещи (одежда, обувь и пр.)
37	60
Косметика, парфюмерия, средства ухода	Детские товары
27	23
Продукты питания	Мебель и товары для дома
25	17
Товары для дома (хозтовары)	Товары для домашних животных
24	7
Товары для здоровья	Автомобиль
23	5
Еда на дом из кафе, ресторанов	Недвижимость
22	4
Товары для домашних животных	
21	
Детские товары	
17	
Товары для благоустройства дома	
16	
Бытовая техника, аудио-, видео-, фототехника	
14	

Расходы домохозяйства на товары для детей (одежда, обувь, игрушки и пр.) неуклонно растут год от года. В среднем семья тратит на детскую одежду, обувь, игрушки и прочее порядка 5000 руб. в месяц. Летом расходы на детей существенно возрастают (до 6000 рублей в месяц).

СРЕДНИЕ ЗАТРАТЫ СЕМЬИ НА ДЕТСКИЕ ТОВАРЫ

Москвичи тратят на детские товары значительно больше россиян в целом – во втором квартале 2023 г. расходы семьи на детскую одежду, обувь, игрушки и прочее составили порядка 6500 руб. в месяц.

Средние затраты д/х на детские товары (одежда, обувь, игрушки и пр.) в регионах, руб. в мес.



INTERNATIONAL TRADE FAIR FOR OUR CHILDREN'S WORLD

Licensing
World
Russia
КРОКУС ЭКСПО

kids russia



ДО ВСТРЕЧИ
SEE YOU
2025!

МЕЖДУНАРОДНАЯ
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ
ВЫСТАВКА ТОВАРОВ
ДЛЯ ДЕТЕЙ

Профессиональная
площадка для
бизнеса, обмена
опытом и знаниями
для российского рынка
лицензий и индустрии
товаров для детей



Ярмарка игрушек превратила Джавитс-центр в огромную игровую площадку

30 сентября 2023 года Североамериканская международная ярмарка игрушек Toy Fair® после долгого перерыва открыла свои двери в Джавитс-центре (Нью-Йорк), и тысячи профессионалов в области игр и игрушек со всего мира, каждый из которых, несомненно, и сам в глубине души остается ребенком, смогли раньше всех познакомиться с самыми интересными и новейшими товарами для детей и... взрослых.



Выставка, организованная The Toy Association™, на площади, эквивалентной почти восьми футбольным полям, открыла закулисы не только рынка игрушек США стоимостью 40 миллиардов долларов, но и других ключевых рынков мира.

Toy Fair® продолжает оставаться жизненно важной торговой площадкой, доказательством тому являются цифры: если в 2020 году на ярмарку приехали 890 экспонентов, то в 2023 году их число выросло до 1021.

«В течение четырех дней ярмарка игрушек позволяет всем заинтересованным лицам обменяться бизнес-знаниями, определить тенденции отрасли, получить эксклюзивную информацию о будущем игр, воспользоваться многочисленными образовательными и сетевыми мероприятиями и получить беспрецедентный доступ к сотням тысяч игрушек для всех возрастов», — отметил президент и генеральный директор The Toy Association Стив Пасирб.

В 118-й ярмарке игрушек приняли участие как ветераны отрасли, так и новички, продемонстрировавшие представителям СМИ, байерам и другим посетителям-специалистам игрушки различных категорий: от фигурок и предметов коллекционирования до игр, от предметов декоративно-прикладного искусства и экологических продуктов до технических игрушек. Экспоненты-новички представляли свою продукцию в разделе Launch Pad, товары из Китая, Индии и Франции нашли своё место в «именных» павильонах, павильон «Мир игрушек» представлял Spielwarenmesse eG, а витрина «Hot for Holiday» - подарки к Рождеству и Новому году.

Все четыре дня в Джавитс-центре проходили образовательные сессии и мероприятия, ориентированные на производителей, изобретателей и дизайнеров игрушек: брифинг о тенденциях в сфере игр и игрушек, подкрепленный новыми исследованиями потребителей; форум по безопасности игрушек и соблюдению нормативных требований; организованный для студентов университетов студенческий конгресс, во время которого молодежь могла узнать о карьере в индустрии игрушек; а также сессии, посвященные таким актуальным темам, как социальные сети, метавселенная и новые технологии.

Лучшие представители индустрии игрушек заняли центральное место на церемонии вручения награды Toy of the Year® 2023

29 сентября 2023 года 800 гостей - представители международных СМИ, ключевые игроки отрасли, другие известные и влиятельные лица - собрались в Нью-Йорке на традиционной церемонии вручения премии «TOTY Awards», во время которой были названы лауреаты отраслевых наград в различных номинациях, отмечены прижизненные достижения членов Зала славы индустрии игрушек, проведен аукцион предметов коллекционирования. Завершило церемонию выступление обладателя премии Грэмм Жана Вайклефа.

Двадцать пять победителей в ходе церемонии получили желанный хрустальный приз TOTY Awards в 17 традиционных и 6 новых номинациях, в том числе, по двое победителей в номинациях «Игрушка года для младенцев/малышей» и «Игровой набор года».

Итак, познакомимся с победителями премии «TOTY Awards - 2023»

Экшн-фигурка года:

Черепашки-ниндзя Mutant Mayhem от Playmate Toys

Фигурки черепашек-ниндзя от Playmate Toys вернулись в 2023 году вместе с персонажами из мультфильма «Черепашки-ниндзя: Погром мутантов».



Коллекционная игрушка года: Squishmallows — коллекция покемонов Pokemon Collection от Jazwares

Невероятно мягкие покемоны Squishmallows, официально лицензированные The Pokemon Company International, — идеальные предметы коллекционирования для поклонников покемонов!

Персонажи Snorlax и Togepi присоединяются к Pikachu и Gengar в постоянно расширяющейся линейке Pokemon Squishmallows. Изготовленные из мягких высококачественных материалов плюшевые игрушки будут идеальным компаньоном для каждого любителя этих существ.

Конструктор года: LEGO® Disney и Pixar Up House от LEGO Systems, Inc.

Конструктор «Летающий дом» от LEGO® из мультфильма «Вверх» Disney и Pixar включает в себя детализированные части культового дома, в том числе, дымоход, воздушные шары, различные комнаты, минифигурки Карла Фредриксона, Рассела и собаки Даг, а также множество аксессуаров, которые помогут разнообразить игру.

Креативная игрушка года: Гончарный круг National Geographic Hobby от Blue Marble

Гончарный круг National Geographic Hobby делает лепку увлекательным и легким занятием. Рукоятка круга упрощает центрирование, а колесо позволяет развивать творческие навыки, которые пригодятся и в будущем.

Кукла года: Barbie The Movie Dolls от Mattel, Inc.

В коллекцию кукол Barbie The Movie входят Барби в золотом диско-комбинезоне и Кен в джинсовом комплекте, вдохновленные культовыми персонажами Марго Робби и Райана Гослинга, модой и сценами из фильма «Барби».

Игра года: настольная игра 5 секунд от PlayMonster

Переворачиваем таймер и пытаемся за 5 секунд придумать 3 подходящих слова, соответствующих написанной на карточке категории. Время торопит, так что просто говорите первое, что приходит на ум, пока ход не перешел к следующему игроку. Веселье гарантировано!

Игрушка года для взрослых: LEGO® «Властелин колец: Ривенделл™»

от LEGO Systems, Inc.

Набор LEGO® The Lord of the Rings: Rivendell™ из 6167 деталей включает минифигурки 15 персонажей - разместите их в спальне Фродо, в эльфийской беседе или вокруг Элронда™, чтобы оживить сцены легендарной франшизы.



Игрушка года для младенцев и малышей: Laugh & Learn® Mix & Learn DJ Table™ от Mattel, Inc.

Этот интерактивный обучающий игровой стол включает пианино, играть на котором можно тремя различными способами, 12 вариантов занятий на мелкую моторику и три уровня обучения Smart Stages®, что позволит продолжать обучение по мере роста ребенка.



LEGO® DUPLO® «Дом на дереве 3 в 1» от LEGO Systems, Inc.

Маленькие искатели приключений в возрасте от 3 лет и старше откроют для себя бесчисленное множество способов весело провести время, изучая игрушечный дом на дереве LEGO® DUPLO® 3 в 1, а заодно отточат свои моторные навыки.

Лицензия года: франшиза Barbie от Mattel, Inc.

Основанная в 1959 году компания Barbie является самым узнаваемым брендом кукол в мире. Бренд продолжает свой путь, раскрывая безграничный потенциал каждой девушки, разрушая границы и исследуя постоянно меняющийся мир. Благодаря выпуску одноименного художественного фильма 2023 год стал годом Барби.

Уличная игрушка

года: Monopoly SPLASH от WowWee

Эта надувная мега игра Monopoly SPLASH (по лицензии Hasbro) с полосой препятствий размером почти 15 на 15 футов и высотой 8 футов — отличный способ вовлечь детей в возрасте от 5 до 12 лет в активную игру на свежем воздухе! В набор входят надувные игральные кости, пенопластовые деньги, воздушная подушка и многое другое. Просто подключите шланг и играйте в классическую Монополию прямо на улице!

Игровой набор года: PLAYMOBIL «MyFigures: Остров пиратов» от PLAYMOBIL

С помощью четырех игровых наборов дети могут создавать свои собственные уникальные фигурки PLAYMOBIL. Так, «Пиратский остров» включает небольшую игровую сцену на пиратскую тематику и детали шести разных фигурок пиратов! Дети могут комбинировать головы, тела и аксессуары. В комплект также входят башня, весельная лодка, пушка, сундук с сокровищами и многое другое!

Штаб-квартира PAW Patrol Mighty Aircraft Carrier HQ от Spin Master

Штаб-квартира авианосца PAW Patrol — это уникальная игрушка-трансформер. Авианосец длиной более 2 футов с двумя пусковыми установками оснащен коллекционной фигуркой Чейза и его гоночным автомобилем Mighty Pups, созданными с учетом стилистики фильма «Щенячий патруль: Мегафильм». Штаб авианосца трансформируется из 26 дюймов в длину и 14 дюймов в ширину в 37 дюймов в длину и 17 дюймов в ширину в зависимости от режима игры!

Плюшевая игрушка года: 16-дюймовые Squishmallows от Jazwares

Squishmallows — отмеченная наградами плюшевая игрушка, которая продолжает покорять сердца миллионов. Каждая красочная 16-дюймовая игрушка, а их более 2500, обладает своей индивидуальностью, историей и причудливой эстетикой, даря вдохновение и радость своим поклонникам.

Игрушка года для дошкольников: набор из 40 предметов MAGNA-TILES® Downhill Duo от MAGNA-TILES

На старт, внимание, марш! Дети будто сами оказываются за рулем нового набора Downhill Duo, превратив свою постройку в захватывающий скоростной спуск. Ищете новые способы стимулировать воображение, развивать моторику и поддерживать обучение через игру? Пристегнитесь и получите удовольствие от гонок!



«Каталка» года: Картинг Extreme Drift от Radio Flyer

Картинг Extreme Drift принесет острые ощущения настоящим автомобильным гонкам и детям от 5 лет, и подросткам. Это мотоцикл с питанием от батареек, вдохновленный культовым дизайном настоящих картов, представляет собой современный вариант классической езды и идеально подойдет для семей с несколькими детьми.

Игрушка года, распространяемая через специализированную розницу: робот с искусственным интеллектом KAI от Thames & Kosmos

Создайте своего собственного робота с искусственным интеллектом! С помощью приложения KAI robotics назначьте движения и звуки различным функциям робота, и он научится, когда и как двигаться. KAI постоянно повышает точность исполнения, поскольку собирает больше данных, а пользователи получают практическое введение в ИИ и познают его важность.

Техническая игрушка года (STEAM): LEGO® Technic™ NASA Mars Rover Perseverance от LEGO Systems, Inc.

Эта модель подарит детям незабываемое приключение, когда они будут собирать игрушечную версию марсохода НАСА «Mars Rover Perseverance» LEGO® Technic™. Марсоход оснащен рулевым управлением, позволяющим разворачиваться на 360 градусов, подвижным рычагом, а также полностью шарнирной подвеской, помогающей ему сохранять сцепление с дорогой на неровных поверхностях.

Транспортное средство года: Teenage Mutant Ninja Turtles Mutant Mayhem Pizza Fire Van от Playmate Toys

Разработанный при участии самого Сета Рогена пожарный фургон для пиццы детализирован и оформлен как в мультфильме «Черепашки-ниндзя: Погром мутантов». В нём помещаются фигурки четырех Черепашек-мутантов и Мастера Сплинтера, а встроенная электронная пусковая установка способна запустить в злодеев до восьми штук пиццы!

Голосование еще в двух номинациях продолжилось на ToyAwards.org до 10 ноября 2023 года: потребители определяли, какие финалисты TOTY Awards получат награду «Выбор народа», а экспертное жюри - «Игрушку года». Оба лауреата были объявлены 20 ноября 2023 года.

В итоге более 60 000 потребителей внесли свою лепту в «Выбор народа» - их признание получила линия кукол Monster High Skullector. Эта линия коллекционных кукол, выпущенная ограниченным тиражом, переосмысливает иконы ужасиков и героев популярных развлекательных шоу через призму Школы Монстров. Премиальная мода и стиль каждой куклы, яркая упаковка и скрытые пасхалки создали базу преданных поклонников.

А вот «Игрушкой года» в третий раз подряд стали Squishmallows, что свидетельствует об их огромной популярности.



Ярмарка игрушек превратила Джавитс-центр в огромную игровую площадку

Идеи праздничного шопинга

Согласно последним исследованиям в предновогодний сезон игрушкам радовались не только дети, но и взрослые. 89% родителей признавались, что они купят игрушки в подарок для своих взрослых друзей и родных.

«Несмотря на то, что семьи сокращают свои траты в условиях нестабильной экономики, игрушки и игры остаются в центре внимания в этот праздничный сезон, — подчеркнула исполнительный вице-президент по маркетинговым коммуникациям The Toy Association Адриенн Аппелл на брифинге «Тенденции в сфере игрушек».

Результаты исследования показывают, что родители ищут многофункциональные игрушки, дающие большую отдачу от затраченных средств, а также игрушки, объединяющие семью посредством игры. 64% опрошенных нами родителей сказали, что покупают игрушки, благодаря которым они могут играть вместе с детьми. 43% родителей признались, что также покупают игрушки для себя, в дополнение к тем, что покупают для супругов и друзей».

Круто быть ребенком

Как показывают последние данные, покупательная способность детей растет, в связи с чем появляются новые возможности для производителей игрушек. Покупатели игрушек теперь относятся к более широкому возрастному диапазону — от подростков до пожилых людей. Поскольку почти 4 из 5 (или 79%) родителей согласны с тем, что сегодня стало меньше предвзятости в отношении людей, «все еще играющих в игрушки в их-то возрасте», наблюдается и рост интереса к игрушкам и сопутствующим товарам (от предметов коллекционирования, игр и игрушек до игрушек, вдохновленных социальными сетями).

Теперь благодаря доказанной пользе игр для всех возрастов 20% родителей заявляли, что они купят игрушки стареющим родственникам в праздники, при этом 70% отмечали, что умственная стимуляция является одним из наиболее положительных эффектов игр как для детей, так и для пожилых людей.

Добросовестные потребители

Родители более разборчивы, чем когда-либо, когда дело доходит до выбора компаний, которые они поддерживают: 31% заявили, что хотят быть уверенными, что ценности компании, у которой они покупают товары, соответствуют их собственным, особенно так считают папы (38%).

Почти треть родителей уже приобрели игрушки, призванные научить своих детей разнообразию, равенству и инклюзивности, в то время как 45% родителей в возрасте до 40 лет при принятии решений отдают приоритет экологичности игрушек. В ответ на эти предпочтения, как ожидается, появятся больше игрушек, производители которых будут уделять приоритетное внимание социальным проблемам посредством стратегического партнерства и внедрения инновационных методов и технологий.

Играйте с умом

Родители знают, что игра имеет решающее значение для обучения и развития детей, поэтому 81% с очень высокой вероятностью купят хотя бы одну игрушку, имеющую образовательную ценность. Независимо от того, пишут ли дети код для своего домашнего питомца, играют в игру, развивающую навыки чтения, играют на кухне или работают в качестве опекуна и в процессе игры развивают важные социальные навыки, игрушки предлагают проверенный путь обучения через игру. Почти двое из трех родителей (65%) задумываются о том, какие навыки поможет развить выбранная ими игрушка: понять концепции STEAM, освоить приготовление пищи, шитье, выпечку или уборку. Чуть более половины (51%) родителей, делая покупки для своих детей, также задумываются о том, способствует ли игрушка их психическому благополучию.

Поп-культура в игре

Игрушки оказывают продолжительное влияние на поп-культуру (и наоборот), соединяя поколения и вызывая чувство ностальгии. На фоне таких блокбастеров, как «Русалочка», «Барби» и «Черепашки-ниндзя» 38% родителей выразили заинтересованность в покупке игрушек, вдохновленных фильмами и популярными развлекательными франшизами.

Как и в мире моды, наблюдается возрождение и новая интерпретация

игрушек 1990-х и 2000-х годов, набирающих популярность у нового поколения. Фактически, ностальгия становится все более важной движущей силой расширения категорий и брендов игрушек: двое из пяти родителей заявляют, что они, скорее всего, купят игрушки, с которыми сами играли в детстве.

Франшизы, связанные с играми и аниме, также становятся все популярнее: 26% родителей, вероятно, будут покупать игрушки на основе игрового или аниме-контента.

Тренды игрушек

Возвращение к основам

77% родителей использовали игрушки во время пандемии, чтобы помочь своему ребенку в социально-эмоциональном обучении, и большинство из них по-прежнему делают это сегодня (92%).

79% родителей в США рассматривают игру как важную форму заботы о себе. Уход за собой может выглядеть по-разному для каждого человека: от занятий новым видом спорта до медитации. В сфере игрушек эта концепция обретает форму в ряде продуктов, которые прививают здоровые привычки — от внимательности и хорошего сна до повышения социальной осведомленности посредством развивающих игр. Также эта тенденция прослеживается в игрушках, которые знакомят детей с новыми хобби и помогают семье находить радость общения.

Игры не только для детей

Теперь у нас есть достаточно данных о потребителе детских игрушек, чтобы знать, что игры предназначены не только для детей: как недавно сообщила группа NPD, дети (в возрасте от 12 лет и старше) в настоящее время являются крупнейшим драйвером роста в индустрии игрушек. Хотя с начала пандемии взрослые и стали сами играть, чтобы снять стресс и внести больше радости в свою повседневную жизнь, в этом году ожидается рост числа покупателей игрушек уже среди подростков. Благодаря социальным сетям эта группа увлечена коллекционированием и

демонстрацией игрушек на социальных платформах. Индустрия реагирует на этот спрос большим количеством игрушек, предназначенных для подростков (хотя и не только для них), включая игрушки для подвижных игр, предметы коллекционирования и декоративно-прикладного искусства, а также технические игрушки.



Быть подлинным

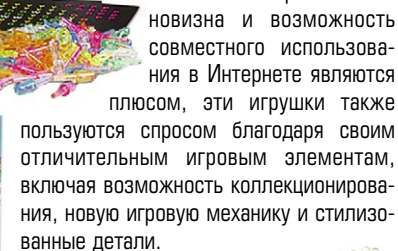
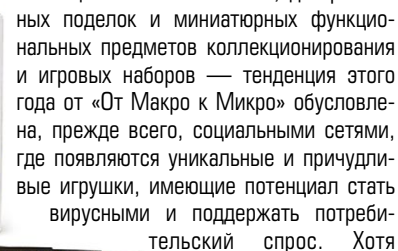
Для сознательных потребителей подлинность важна как никогда. Они ищут игрушки, которые обладают глубокой игровой ценностью и одновременно поддерживают компании, осуществляющие позитивные изменения в мире. В будущем ожидайте увидеть игрушки, в которых можно играть разными способами, для всех возрастов, включая пожилых людей; новые технологические усовершенствования, повышающие удовольствие от обучения; игрушки, которые не только учат социальной ответственности, разнообразию и устойчивому развитию, но и производятся компаниями, занимающимися такой практикой. Компании будут налаживать или расширять партнерские отношения с проверенными экспертами в областях, связанных с образованием, разнообразием и устойчивым развитием, поскольку индустрия игрушек делает все возможное, чтобы соответствовать подлинным ценностям, действительно важным для семей.

От огромных плюшевых игрушек и негабаритных версий классических игр, имеющих элемент новизны, до крошечных поделок и миниатюрных функциональных предметов коллекционирования и игровых наборов — тенденция этого года от «От Макро к Микро» обусловлена, прежде всего, социальными сетями, где появляются уникальные и причудливые игрушки, имеющие потенциал стать вирусными и поддерживать потребительский спрос. Хотя новизна и возможность совместного использования в Интернете являются плюсом, эти игрушки также пользуются спросом благодаря своим отличительным игровым элементам, включая возможность коллекционирования, новую игровую механику и стилизованные детали.



От Макро к Микро

От огромных плюшевых игрушек и негабаритных версий классических игр, имеющих элемент новизны, до крошечных поделок и миниатюрных функциональных предметов коллекционирования и игровых наборов — тенденция этого года от «От Макро к Микро» обусловлена, прежде всего, социальными сетями, где появляются уникальные и причудливые игрушки, имеющие потенциал стать вирусными и поддерживать потребительский спрос. Хотя новизна и возможность совместного использования в Интернете являются плюсом, эти игрушки также пользуются спросом благодаря своим отличительным игровым элементам, включая возможность коллекционирования, новую игровую механику и стилизованные детали.



Поп-культура как образ жизни

Поскольку точек соприкосновения с брендами и контентом стало больше, чем когда-либо прежде, фандома для многих покупателей превратились в образ жизни. Все больше производителей игрушек будут изучать широкий спектр фандомов и осваивать вертикали своих брендов. Использование тем игр и аниме, «основных» эстетических тенденций в



социальных сетях и создание ностальгических ноток с помощью перезапуска хитов 1990-х и 2000-х — эта тенденция привлечет и ностальгирующую аудиторию, и детей-подростков с возросшей покупательской способностью, и детей младшего возраста, взаимодействующих со своими любимыми персонажами и шоу через потоковые каналы, цифровые миры и физические продукты. Для владельцев брендов внимание к различным фан-базам открывает новые возможности для увеличения доходов.

Обновление развлечений

Поскольку на долю лицензионных игрушек и игр приходится 31% от общего объема продаж игрушек (NPD Group), The Toy Association продолжает отслеживать долгожданные выпуски фильмов, телепередач и потокового вещания, оказывающих влияние на рынок игрушек. В этом году студии вернут вечнозеленые бренды игрушек и детских развлечений, выпустив на «большой экран» их новые интерпретации (Барби, Черепашки-ниндзя, Super Mario Bros.), а также сиквелы, трилогии и спин-сериалы (Индиана Джонс, Стражи Галактики, Человек-Паук). Стриминговые сервисы, цифровые миры и игры также продолжают ориентировать производителей игрушек на самые востребованные на сегодняшний день товары. Все это приведет к появлению новых игрушек.

«Исследования, которыми мы поделились, отражают некоторые социальные сдвиги, связанные с растущей важностью игр, — добавила Аппелл. — Мы видим, что игры после определенного возраста становятся все более обычным времяпрепровождением, а важность создания инклюзивной и экологически чистой упаковки, растущая роль игрушек как инструмента для обучения и объединения разных поколений любителей игрушек растут».

Toy Fair® объявляет ближайшие даты и места проведения знаменитого шоу

Оценив изменения на рынке и с учетом интересов его участников, Совет директоров Toy Association® объявил, что следующая Северная Американская международная ярмарка игрушек пройдет не в 2024 году, а с 1 по 4 марта 2025 года в Джавитс Центре в Нью-Йорке. После чего на четыре года поменяет дислокацию: 17–20 января 2026 года, 9–12 января 2027 года и 15–18 января 2028 года ярмарка состоится в конференц-центре Эрнста Н. Мориала в Новом Орлеане.

«После сбора мнений от ключевых розничных продавцов, членов/экспонентов Ассоциации игрушек и на основе таких факторов, как сроки, наличие высококачественных площадей, транспортная доступность для экспонентов и посетителей, стало ясно, что Новый Орлеан лучше всего подойдет для Ярмарки игрушек, отвечая потребностям всех наших разнообразных гостей, — сказал Стив Пасирб. — В Новом Орлеане есть все удобства, включая новый аэропорт, известные рестораны, музеи, множество площадок для проведения мероприятий, а также прочное сотрудничество между конференц-центром, New Orleans & Company и бизнес-сообществом, что делает это гостеприимное место идеальным для выставки. Мы уверены, что сможем обеспечить высокое качество и бесперебойность работы Toy Fair в течение следующих четырех выставок, точно так же, как мы делаем это уже более 100 лет».

Подробная информация о Toy Fair® представлена на сайте www.ToyFairNY.com

Елена Кузнецова

Игровые технологии в работе с детьми дошкольного возраста на основе развивающих игр и игрушек «Корвет»

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ИГРОВЫХ МАТЕРИАЛОВ К ЦВЕТНЫМ СЧЕТНЫМ ПАЛОЧКАМ КЮИЗЕНЕРА

На золотом крыльце - комплект игр и упражнений с цветными счетными палочками Кюизенера. 1 блок - «Играют малыши». Для детей 3-5 лет. 2 блок - «Задания становятся сложнее». Для детей 5-9 лет.



Кростики
Посудная лавка
Для детей 5-8 лет

Демонстрационный материал
Для работы с детьми 4-7 лет

Страна блоков и палочек
Для детей 4-7 лет.



Веселые цветные числа
Для детей 3-4 лет.



Волшебные дорожки
Для детей 2-3 лет.



Дом с колокольчиком
Для детей 3-5 лет.



Цветные счетные палочки Кюизенера
Для детей 3-9 лет. Комплект состоит из 116 пластмассовых призм десяти цветов и длин, а также цифры от 1 до 10 - 40 шт, знаки действий - 4 шт, знаки соотношений - 4 шт

Серия Палочки КЮИЗЕНЕРА для малышей:

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ИГРОВЫХ МАТЕРИАЛОВ К ЛОГИЧЕСКИМ БЛОКАМ ДЬЕНЕША

Логические блоки Дьенеша
Для детей от 3 до 7 лет
Комплект состоит из 48 геометрических блоков разного цвета, размера, формы и толщины; методические рекомендации с заданиями.



Серия БЛОКИ ДЬЕНЕША для малышей - игровые альбомы с заданиями и упражнениями созданы на основе принципов методики Дьенеша для детей от 2-х лет. Освоение логики - это занимательно и увлекательно!

Серия Блоки ДЬЕНЕША для старших - все игры этой серии, развивают интеллектуальные способности у детей: логическое мышление, смекалку и сообразительность, внимание и память; помогают в освоении детьми шифровки и расшифровки информации, заданной в цифрах, буквах или знаках символов.



УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ИГРОВЫХ МАТЕРИАЛОВ К МАТЕМАТИЧЕСКОМУ ПЛАНШЕТУ

Математический планшет для малышей
Для детей 2-3 лет.
"Рисование резинками", развиваем мелкие мышцы рук.



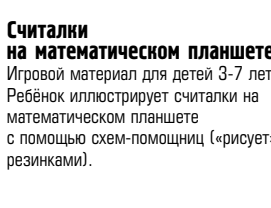
Математический планшет
Для детей 3-8 лет.
Игра даёт ребёнку возможность на чувственном опыте освоить некоторые базовые концепции планиметрии.



ЛОТО на математическом планшете
Для детей 4-8 лет.



Времена года на математическом планшете
Для детей 4-8 лет.



Учусь читать Грамота на математическом планшете.
Рабочая тетрадь 1, Рабочая тетрадь 2



Игровое поле двустороннее - сетка колышков с промежутками 5х5 за которые можно цеплять входящие в набор резинки и «рисовать» фигуры. С обратной стороны колышки расположены по окружности.

КУБИКИ ДЛЯ ВСЕХ - ЛОГИЧЕСКИЕ КУБИКИ

Это первые занимательные игры для детей от трёх лет и их родителей. Развивают внимание, память (особенно зрительную), пространственное представление, конструктивные способности, воображение, логическое и творческое мышление, смекалку и сообразительность.



Логические кубики
набор из 5-ти вариантов.



Вариант №1 «Уголки»



Вариант №2 «Собирайка»



Вариант №3 «Эврика»



Вариант №4 «Фантазия»



Вариант №5 «Загадка»

Из элементов разной конфигурации можно составлять модели как на плоскости, так и в объеме.

Упаковка: сумочка 90х90х90 мм.

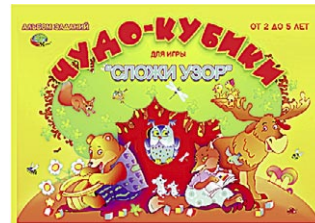
Учебно-методический комплекс игровых материалов к кубикам Сложи узор



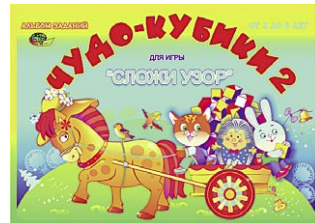
Сложи узор
Для детей от 1 до 6 лет.
Набор кубиков (сторона 4 см). Развивает сообразительность, пространственное воображение
Коробка: 205х165х45 мм.



Сложи узор для малышей
Для детей 2-3 лет.
Задания первого уровня сложности: кубики на схемах нарисованы в масштабе 1:1, границы прорисованы, что является необходимым условием для первоначального знакомства с игрой.



Чудо Кубики
Для детей 2-5 лет.
Альбом заданий для игры "Сложи узор". С помощью этого альбома малыши могут научиться воспринимать условное изображение; ориентироваться на плоскости; составлять картинку путем наложения кубиков на рисунок.



Чудо Кубики 2
Для детей 4-8 лет.
Мы предлагаем вашему вниманию 62 новых, интересных рисунка и дополнительные задания к ним. Рисунки-схемы в этом альбоме четырех уровней сложности, они достаточно разнообразны, и каждый ребенок найдет задание по силам. Задачи 4-го уровня - настоящие головоломки.



Кубики "Хамелеон"
Развивающая игра.
Для детей от 3 лет.
Игра для понимания азов черчения, развития математических способностей.



Логическая мозаика
Для детей от 3-х лет. В состав нового комплекта входят 6 игровых полей трех цветов. Легко скрепляющиеся между собой в большое поле и длинную дорожку. Диски 4-х цветов. Всего штук - 72. При последовательном соединении одного диска с другим образуются цилиндры, которые сравниваются по высоте.



Уникуб
Для детей от 2 до 12 лет.
Развивает пространственное воображение.
Комплект: 27 кубиков (сторона 4 см), инструкция.
Коробка: 125х125х125 мм.

Художник, создающий игровые миры



Редакция журнала «Планета Детства» продолжает знакомить читателей с художниками и дизайнерами, чья работа формирует современную игровую индустрию. Сегодня героиней нашего выпуска стала художник, концепт-артист и арт-директор **Софья Кузнецова**.

Любая игра появляется задолго до того, как программисты напишут первую строчку кода. Ее атмосфера, характер и настроение рождаются в мастерской художника - в десятках эскизов, поисках силуэтов, цветовых решений и первых образах персонажей. Именно на этом этапе закладывается визуальная основа будущего проекта.

Уже более десяти лет Софья Кузнецова работает в сфере цифрового искусства, сочетая академическую художественную школу с современными технологиями разработки игр. За это время она прошла путь от иллюстратора до концепт-художника и арт-лида международных проектов, участвуя в создании визуального облика игровых миров и руководя работой художественных команд.

Профессиональное образование Софья получила во **Всероссийском государственном университете кинематографии имени С. А. Герасимова (ВГИК)**, окончив факультет анимации и компьютерной графики. Обучение классическому рисунку, композиции, живописи и режиссуре стало прочной основой для дальнейшей работы в игровой индустрии, где художнику необходимо одновременно мыслить как иллюстратор, дизайнер и постановщик.

За годы профессиональной деятельности Софья сотрудничала с российскими и зарубежными компаниями, создавая иллюстрации, концепт-арт и анимацию для коммерческих проектов. В ее портфолио вошли работы, выполненные совместно со **Snapchat**, **Bazelevs**, студией **WorldBox**. Также Софья разрабатывала дизайн и упаковку настольных игр для российских компаний **«Десятое королевство»** и **«Эврикус»**.

Опыт работы с мобильными приложениями, компьютерными и настольными играми позволил



игра «Buddies to Death»
(инди-гейм студия WABWEYA. 2022-2024гг.)



художнику сформировать собственный подход к созданию игровых проектов, в котором выразительная графика становится не просто украшением, а важной частью повествования и взаимодействия с игроком.

Наряду с практической работой Софья Кузнецова активно занималась образовательной деятельностью, проводя мастер-классы по цифровой иллюстрации, концепт-арту и разработке персонажей. На своих занятиях она делилась профессиональным опытом, рассказывала о поиске художественных решений и принципах создания убедительных игровых образов.

Особое место в творческой биографии Софьи занимает независимый игровой проект **Buddies to Death**. На протяжении двух лет она являлась сооснователем проекта и арт-лидом команды художников, определяя художественное направ-

ление разработки с первых этапов производства до финальной реализации.

Под руководством Софьи был создан практически весь визуальный облик игры: концепции персонажей, окружение, игровые объекты, цветовые решения, пользовательский интерфейс и общая художественная стилистика проекта. Координируя работу команды художников, она сформировала целостную визуальную систему, ставшую одной из отличительных особенностей игры.

Представленные на этих страницах концепт-арты являются не просто рабочими материалами разработки. Каждый из них отражает отдельный этап творческого поиска,

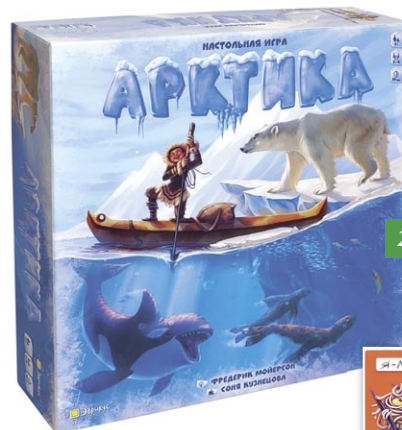
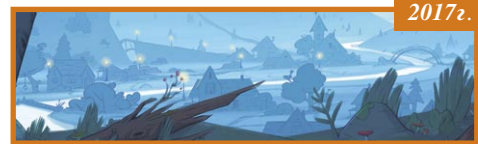
в котором рождаются характер персонажа, настроение сцены и художественный образ игрового пространства.

Работа над Buddies to Death стала важной вехой в профессиональном развитии Софьи Кузнецовой. Проект позволил ей объединить опыт художника, руководителя команды и автора художественной концепции, показав, насколько значимой может быть роль концепт-художника в создании современной игры. Игроки, уже попробовавшие проект, отмечают, что именно визуальный стиль привлек их внимание и стал причиной интереса к игре. На игровой выставке, где присутствовала редакция, профессиональные критики также выделили уникальную художественную стилистику проекта и высоко оценили работу Софьи как арт-директора.

Елена Кузнецова



2017г.



2018г.



2017г.



2017г.



2019г.



для игры «WorldBox», 2020г.

27-29 МАРТА 2024

МОСКВА, ЭКСПОЦЕНТР



ИГРУШКА
МАРКЕТ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ОТРАСЛЕВОЙ САЛОН
ИГРУШЕК И ИГР В РАМКАХ ВЫСТАВКИ



CHRISTMASBOX PODARKI



toys-SKU
для торговых сетей
и маркетплейсов

Организатор:
ГРУППА КОМПАНИЙ
MAYER



www.igrushka-market.ru

Место проведения:

ЭКСПОЦЕНТР
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ И КОНГРЕССЫ
МОСКВА



Мир Детства

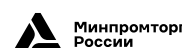


29-я международная выставка
«Индустрия детских товаров»

24-27
СЕНТЯБРЯ
2024

Россия, Москва, ЦВК «ЭКСПОЦЕНТР»

www.mirdetstva-expo.ru



65 **ЭКСПОЦЕНТР**



12+

Реклама



MOZABRICK



СОБИРАЙ ЛЮБЫЕ ФОТОГРАФИИ ИЗ БЕСКОНЕЧНОГО ФОТО-КОНСТРУКТОРА



Собирай любимые
фотографии



Отличный подарок
на любой праздник



Пересобирай
из новых фото



Увлекательно собирать
всей семьей



Собирают
по всему миру



Объединяй наборы
между собой

МАРКЕТИНГОВАЯ ПОДДЕРЖКА НА ФЕДЕРАЛЬНОМ ТВ, У КРУПНЕЙШИХ БЛОГЕРОВ, В ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛАХ



Бесконечный фото-конструктор, завоевавший сердца людей по всему миру

Выбери свой размер **MOZABRICK S, M, L**

Как это работает?

1



Купи набор
фото-конструктора

2



Загрузи фотографию
на сайте

3



Выбери понравившийся
макет

4



Инструкция моментально
придет тебе на почту



mozabrick.ru

✉ iu@mozabrick.ru